

# Program promocji branży jachtów i łodzi rekreacyjnych - informacja dla przedsiębiorców

---

## **I. Informacje o programie promocji.**

Program promocji branży jachtów i łodzi rekreacyjnych opracowany został w ramach poddziałania 3.3.2 „Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki – Brand” Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (PO IR).

Udział przedsiębiorców w programie promocji sfinansowany zostanie ze środków poddziałania 3.3.3 „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” PO IR, za którego realizację odpowiada Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

W ramach programu opracowany został wykaz działań promocyjnych przeznaczonych dla przedsiębiorców, który uzupełniony został o tzw. działania ogólne promujące polską branżę jachtów i łodzi rekreacyjnych. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora branży jachtów i łodzi rekreacyjnych.

## **II. Adresaci programu promocji.**

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców<sup>1</sup>, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007ii):
  - a. 30.12 – Produkcja łodzi wycieczkowych i sportowych,
  - b. 13.92.Z – produkcja gotowych wyrobów tekstylnych,
  - c. 13.99.Z – produkcja pozostałych wyrobów tekstylnych, gdzie indziej niesklasyfikowana,
  - d. 25.99.Z – produkcja pozostałych gotowych wyrobów metalowych, gdzie indziej niesklasyfikowana,
  - e. 33.15.Z – naprawa i konserwacja statków i łodzi.
  
2. Termin realizacji programu – 25 czerwiec 2016 r – 30 czerwiec 2019 r.

### **III. Zasady udzielania wsparcia na udział w programie.**

Przedsiębiorcy, mogą ubiegać się o wsparcie finansowe na pokrycie części kosztów działań promocyjnych, objętych programem zgodnie z katalogiem kosztów kwalifikowanych wykazanych w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury i Rozwoju z dnia 10 lipca 2015 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (Dz. U. poz. 1027). Maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowanych, objętych wsparciem finansowym, nie może przekroczyć kwoty 1 mln zł.

Przewidziana intensywność wsparcia dla wydatków kwalifikowanych w postaci pomocy *de-minimis*<sup>iii</sup> w projekcie jest następująca:

- 60% dla średniego przedsiębiorstwa
- 75% dla małego przedsiębiorstwa
- 80% dla mikroprzedsiębiorstwa z woj. mazowieckiego
- 85% dla pozostałych mikroprzedsiębiorstw.

Szczegółowych informacji nt. trybu udzielania wsparcia oraz warunków przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, udziela Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

### **IV. Działania promocyjne przewidziane w programie promocji dla przedsiębiorców.**

#### **A. Zakres działań obligatoryjnych, w których muszą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu**

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
  - a. USA,
  - b. Zjednoczone Emiraty Arabskie,
  - c. Norwegia,
  - d. Turcja,
  - e. Rosja,
  - f. Australia,
  - g. Chiny.
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej 6 działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej 3 z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne, w tym min. 1 na targach na rynku/rynkach wybranym w ramach ust. 1.

Lp.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne <sup>1</sup> /kotwica medialna <sup>2</sup>
1.	<b>Boot Dusseldorf</b>	<b>Niemcy/Düsseldorf</b>	21-29/01/2017 oraz w kolejnych latach 2018 i 2019	Stoisko narodowe o powierzchni odpowiednio w kolejnych latach 40,24,24 m <sup>2</sup>
2.	<b>Salone Nautico Internazionale di Genova</b>	<b>Włochy/Genova</b>	20-25/09/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	
3.	<b>Salon Nautique International de Paris</b>	<b>Francja/Paryż</b>	3-11/12/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	
4.	<b>Boat Show Cannes Yachting Festival</b>	<b>Francja/Cannes</b>	6-11/09/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	
5.	<b>Le Grand Pavois La Rochelle</b>	<b>Francja/ La Rochelle</b>	28/09-3/10/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	
6.	<b>Salon Nautico Barcelona</b>	<b>Hiszpania/ Barcelona</b>	12-16/10/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	
7.	<b>Southampton Boat Show</b>	<b>Wielka Brytania/ Southampton</b>	16-25/09/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	
8.	<b>Vene Bat</b>	<b>Finlandia/ Helsinki</b>	2017,2018,2019	
9.	<b>METS Marine Equipment Trade Show Amsterdam</b>	<b>Holandia/ Amsterdam</b>	15-17/11/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	Stoisko narodowe o powierzchni odpowiednio w kolejnych latach 24,24,24 m <sup>2</sup>
10.	<b>Targi Wiatr i Woda Gdynia</b>	<b>Polska/Gdynia</b>	28-31/07/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	Kotwica medialna branżowego programu promocji w latach 2017-2018
11.	<b>Sjøen for alle - Norwegian International</b>	<b>Norwegia/ Lillestrøm</b>	21-6/03/2017 oraz w kolejnych latach	Stoisko narodowe w roku 2019 o powierzchni 24 m <sup>2</sup>

	<b>Boat Show</b>		2018 i 2019	
12.	<b><u>Båter I sjøen</u></b>	<b>Norwegia/Oslo</b>	1-4/09/2016 oraz w kolejnych latach 2017 i 2018	Stoisko narodowe w 2017 i 2018 o powierzchni odpowiednio w kolejnych latach 30, 15 m <sup>2</sup>
13.	<b>Eurasia Boat Show</b>	<b>Turcja/Stambuł</b>	11-19/02/2017 oraz w kolejnych latach 2018 i 2019	
14.	<b>China International Boat Show Shanghai</b>	<b>Chiny/Shanghai</b>	26-29/04/2017 oraz w kolejnych latach 2018 i 2019	
15.	<b>Miami International Boat Show</b>	<b>USA/Miami</b>	16-20/02/2017 oraz w kolejnych latach 2018 i 2019	Stoisko narodowe o powierzchni 20-30 m <sup>2</sup> w każdym roku
16.	<b>Annapolis Boat Show</b>	<b>USA/Annapolis</b>	6-10/10/2016 oraz w kolejnych latach 2018,2019	
17.	<b>Moscow Boat Show International Exhibition of Boats and Yachts</b>	<b>Rosja/Moskwa</b>	2017,2018,2019	
18.	<b>Dubai International Boat Show</b>	<b>Zjednoczone Emiraty Arabskie/Dubai</b>	Marzec 2017 oraz w kolejnych latach 2018 i 2019	Stoisko narodowe o powierzchni odpowiednio w kolejnych latach 20-40 m <sup>2</sup> w 2017 i 20-30 m <sup>2</sup> w 2018-2019
19.	<b>Sydney International Boat Show</b>	<b>Australia/Sydney</b>	2017,2018,2019	Stoisko narodowe o powierzchni 20-30 m <sup>2</sup> w roku 2017,2018

3. Przedsiębiorca, w trakcie całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w przynajmniej 4 działaniach o których mowa w pkt B, przy czym działania te muszą dotyczyć pozaunijnych rynków perspektywicznych określonych w pkt 1,
4. Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na portalu trade.gov.pl.

**B. Zakres działań fakultatywnych, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:**

1. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może wziąć udział w max. 3 indywidualnych wyjazdowych misjach gospodarczych (wizytach studyjnych), których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej.

Misja gospodarcza przedsiębiorcy (Wnioskodawcy) stanowi działanie promocyjne, towarzyszące targom, o których mowa w pkt IV.A.2 oraz odbywających się na rynkach perspektywicznych o których mowa w pkt IV.A.1.

Misja gospodarcza musi obejmować udział, w co najmniej 2 spotkaniach b2b oraz organizację pokazu bądź prezentacji. Czas trwania misji gospodarczej nie może przekroczyć 4 dni.

Przedsiębiorca organizujący wyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany przedstawić program misji wraz z planem spotkań b2b (podając dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów) Realizatorowi branżowego programu promocji.

2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, może wziąć udział w max. 3 grupowych misjach gospodarczych wyjazdowych (wizytach studyjnych), których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej.

Misja gospodarcza wyjazdowa może zostać zorganizowana jedynie do krajów o których mowa w pkt IV.A.1.

Wyjazdowa misja gospodarcza przedsiębiorcy (Wnioskodawcy) stanowi działanie promocyjne, mające charakter grupowego wyjazdu minimum 4 przedsiębiorców i musi obejmować udział w co najmniej 2 spotkaniach b2b oraz organizację pokazu bądź prezentacji. Czas trwania misji gospodarczej nie może przekroczyć 4 dni.

Przedsiębiorcy organizujący wspólne wyjazdową misję gospodarczą są zobowiązani przedstawić program misji wraz z programem spotkań b2b (podając dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów) Realizatorowi branżowego programu promocji.

3. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować max. 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą jachtów i łodzi rekreacyjnych, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu (w tym testów produktu) prowadząca do rozpoznania rynku, nawiązania kontaktów biznesowych.

Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dilerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą jachtów i łodzi rekreacyjnych pochodzących z krajów o których mowa w pkt IV.A.1. Misja gospodarcza musi obejmować prezentację firmy przedsiębiorcy, organizację pokazu (w tym testów produktu), bądź prezentację produktu. Czas trwania misji gospodarczej nie może przekroczyć 3 dni.

Przedsiębiorca zobowiązuje się, że dziennikarz uczestniczący w misji opublikuje w reprezentowanym przez siebie czasopiśmie, stronie internetowej, artykuł będący wynikiem uczestniczenia w misji.

Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany przedstawić informacyjnie program misji (podając dane kontaktowe uczestników misji) Realizatorowi branżowego programu promocji.

4. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy, w odniesieniu do rynków, o których mowa w pkt IV.A.1 pod warunkiem, że przedsiębiorca bierze udział w targach wskazanych w pkt IV.A.2 odbywających się na tych rynkach.

Wartość brutto zakupu usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy może stanowić maksymalnie 2 % wartości projektu.

5. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu usługi doradczej w zakresie przygotowania strategii wejścia na rynki międzynarodowe, w odniesieniu do rynków, o których mowa w pkt IV.A.1 pod warunkiem, że przedsiębiorca bierze udział w targach wskazanych w pkt IV.A.2 odbywających się na tych rynkach.

Wartość brutto zakupu usługi doradczej w zakresie przygotowania strategii wejścia na rynki międzynarodowe może stanowić maksymalnie 5 % wartości projektu.

6. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość realizacji działań informacyjno-promocyjnych, w ramach których refundowane będą koszty:

- a) nabycia lub wytworzenia oraz instalacji elementów dekoracyjnych uwzględniających założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki tj. panelu promocyjnego MPG;
- b) nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadżety, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki;
- c) przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w mediach tradycyjnych, elektronicznych, cyfrowych;
- d) przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy;
- e) produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na stronie [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl), [www.mr.gov.pl](http://www.mr.gov.pl) bądź możliwe są do pozyskania u Realizatora branżowego programu promocji branży jachtów i łodzi rekreacyjnych.

## **VI. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę jachtów i łodzi rekreacyjnych.**

1. Realizator branżowego programu promocji branży jachtów i łodzi rekreacyjnych zostanie wybrany przez Ministerstwo Rozwoju, zgodnie z ustawą Prawo zamówień publicznych. Informacja o wyborze Realizatora branżowego programu promocji branży jachtów i łodzi rekreacyjnych zostanie zamieszczona na stronie internetowej [www.mr.gov.pl](http://www.mr.gov.pl) i [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl).



2. W ramach organizacji działań ogólnych promujących branżę jachtów i łodzi rekreacyjnych zaplanowano, co najmniej:

- i. organizację misji przyjazdowych typu Study Tour dla zagranicznych kontrahentów z Rosji, USA, ZEA, Chin w wyniku których nawiązane zostaną indywidualne kontakty biznesowe z kontrahentami;
- ii. organizację misji przyjazdowych typu Study Tour dla zagranicznych dziennikarzy z Rosji, USA, ZEA, Chin, Norwegii, Turcji w wyniku których zrealizowanych zostanie 10 publikacji rocznie w mediach;
- iii. współpracę z agencją PR w zakresie działań komunikacyjnych, mającą na celu budowanie spójnego wizerunku Polski i polskiej gospodarki, w tym koordynację działań komunikacyjnych branży jachtów i łodzi rekreacyjnych;
- iv. organizację narodowych stoisk informacyjnych na wybranych targach, o których mowa w pkt IV.A.2.

<sup>1</sup> Dodatkowymi działaniami promocyjnymi na narodowych stoiskach informacyjnych w ramach branżowego programu promocji będzie:

- punkt informacyjny o polskim przemyśle jachtowym i produktach z Polski dostępnych na targach;
- miejsce do spotkań matchmakingowych;
- prezentacje/wykłady na temat produktów polskiego przemysłu jachtowego;
- briefingi dla prasy – obchód polskich stoisk;
- profesjonalny film reklamowy 2D na ekranach LCD prezentujący różnorodne produkty polskiego przemysłu jachtowego i różne sporty wodne z ich użyciem;
- profesjonalny film reklamowy w technologii Virtual reality + Video360 prezentujący w efektowny sposób produkty polskiego przemysłu jachtowego;
- cocktail;
- materiały informacyjne (katalogi, ulotki) podzielone na segmenty produktowe;
- drobne gadżety związane z branżą;

Efektom działań na stoisku powinna być znacząca ilość publikacji w mediach branżowych krajów pozaunijnych objętych BPP (z których pochodzić będą dziennikarze goszczący na stoisku - w briefingach, obchodach indywidualnych stoisk, prezentacjach, wykładach itd.)

Obecności stoiska na targach towarzyszyć będą dodatkowo:

- publikacje PR w wiodących w danym kraju tytułach prasowych i portalach internetowych,
- artykuły sponsorowane w prasie około targowej,
- reklamy w czasopiśmie dóbr luksusowych (w tym magazyny pokładowe np. Lufthansa czy FlyEmirates).

v. coroczną organizację tzw. kotwicy medialnej<sup>2</sup> branżowego programu promocji, podczas targów Wiatr i Woda w Gdyni, w ramach której przewiduje się:

- testy na wodzie,
- pokaz potencjału branży i polskiej gospodarki,
- co roku zaproszona zostanie grupa ok. 20 gości – dziennikarzy i kontrahentów z krajów pozaunijnych objętych BPP.

Efektom ma być min. 14 publikacji rocznie w mediach z których zaproszeni będą dziennikarze oraz nawiązanie przez polskich przedsiębiorców indywidualnych kontaktów biznesowych z kontrahentami.

- vi. funkcjonowanie strony internetowej na subportalu [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl) zawierającej bazę danych jak największej ilości firm z branży, aktualności, testy produktów polskiego przemysłu jachtowego, newslettery,
- vii. współpraca z największymi branżowymi serwisami internetowymi na świecie.

---

<sup>i</sup> Definicja Małego i Średniego przedsiębiorcy jest określona Ustawą z dnia 4 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. 2013.672). Zawarte w polskiej ustawie definicje odzwierciedlają przepisy Rozporządzenia Komisji (WE) 70/2001 z dnia 12 stycznia 2001 r. w sprawie zastosowania art. 87 i 88 Traktatu WE w odniesieniu do pomocy państwa dla małych i średnich przedsiębiorstw (następnie zmienionego Rozporządzeniem 364/2004 WE z dnia 25 lutego 2005 r.), a w szczególności przepisy Załącznika nr 1 do tegoż Rozporządzenia.

<sup>ii</sup> Pełną Listę klasyfikacji określa Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (Dz.U. 2007 nr 251 poz. 1885 z późn. zm.)

<sup>iii</sup> Zasady udzielania pomocy de minimis określa Rozporządzenie Komisji (UE) Nr 1407/2013 z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do pomocy de minimis (Dz. Urz. UE L 352 z 24.12.2013)